



UOT: 338.43

JEL:Q11

XALIQOVA N. A.
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin (UNEC) magistrı

KƏND TƏSƏRRÜFATI MƏHSULLARININ İSTEHSAL-SATIŞ FƏALİYYƏTİNƏ TƏSİR GÖSTƏRƏN AMILLƏR VƏ BU FƏALİYYƏTİN GENİŞLƏNDİRİLMƏSİ STRATEGIYASI

Xülasə

Məqalədə bazar münasibətləri şəraitində aqrar müəssisələrin istehsal-satış fəaliyyətlərinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi və həmin müəssisələrin bazaryönümlülüğünün gücləndirilməsi məqsədilə kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal-satış fəaliyyətinə təsir edən amillər, həmçinin, kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal-satış fəaliyyətinin genişləndirilməsi strategiyasının formalasdırılması məsələləri araşdırılmışdır.

Açar sözlər: *kənd təsərrüfatı, istehsal-satış fəaliyyəti, strategiya.*

GİRİŞ

Bazar münasibətləri şəraitində aqrar müəssisələrin istehsal-satış fəaliyyətinə çoxsaylı amillər təsir göstərir. Bu müəssisələrin marketing yanaşma əsasında istehsal-satış fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi həmin amillərin öyrənilməsini zəruri edir. Əgər aqrar müəssisələrin istehsal-satış fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsinə marketing aspektindən baxılırsa, onda əlbəttə, bu müəssisələrin marketing fəaliyyətinə və onun tərkib elementləri kimi çıxış edən istehsal-satışa təsir edən marketing mühit amilləri təhlil olunmalıdır. Aqrar müəssisəsinin marketing mühitini təhlil etmədən həmin müəssisələrin qarşısında açılan bazar şanslarını müəyyənləşdirmək və qiymətləndirmək, eyni zamanda aqrar məhsullar bazarında müəssisəni gözləyə biləcək təhlükələrdən yan keçmək üçün səmərəli strategiyalar işləyib hazırlamaq demək olar ki, qeyri-mümkündür.

Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal-satış fəaliyyətinə təsir göstərən amillərin xüsusiyyətləri

Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal-satış fəaliyyətinə təsir göstərən amillər müxtəlif xarakterli faktorlarla əhatə olunur. Bu amillərə aşağıdakılardır: *istehsal şəraiti* (hava, torpaq, su, işçi), *qiymət* (idxal qiyməti), *tələb* (istehlak, əhalinin aliciliq qabiliyyəti), *texnoloji vəziyyət*, *dövlət proqramları* (investisiya və s.).

Kənd təsərrüfatında qiymət sistemi və qiymətin əmələ gəlməsi prosesi aqrar istehsalın inkişaf etdirilməsinə səbəb olur. Aqrar ərzəq məhsullarının istehsalı, emalı və satışı elə təşkil olunmalıdır ki, qiymət münasibətlərin formalasması prosesi başa çatdırılsın.

Kənd təsərrüfatında istehsal, emal və xidmətedici müəssisələrin əldə etdikləri mənfəət onların fəaliyyətini qiymətləndirməyə imkan verir. Nəticə göstəricilərinə görə müəssisə və təşkilatların mənafelərinin qarşılıqlı əlaqələndirilməsi qiymətin bazar tələblərində yaranır.

Torpaqların münbitliyini artırmaq məqsədilə aparılmış tədbirlərin faydalılığı istehsalın nəticəsinə və iqtisadi səmərəliliyə kompleks yanaşmanı tələb edir. Məlumdur ki, torpağın gübərlənməsində əsas məqsəd onun mikro elementlərlə zənginləşdirilməsidir. Bu zaman torpağın məhsuldarlığı artaraq ona çəkilmiş xərclərin ödəməsini yüksəldir. Kənd təsərrüfatına yararlı torpaqda hansı mikro elementlərin olmasına və ona olan tələbi müəyyən etmək lazımdır. Kənd təsərrüfatı müəssisələrinin əksəriyyəti mövcud istehsal gücü və maliyyə imkanı ilə torpaqların məliorasiya və irriqasiya işlərini həll edə bilmir. Bu baxımdan dövlətin dəstəyi ilə aqrar sistemin iqtisadi faydalığının yüksəldilməsi üçün aqrar iqtisadi siyaset yürüdülməlidir. Torpağın münbitliyinin artırılmasına çəkilən xərclərin istehsalçı müəssisəyə neçəyə başa gəlməsindən asılı olmayaraq mənfəətliliyə birbaşa təsir edir. [4; s.106]

Kənd təsərrüfatı müəssisələrində həm bitkiçiliyin, həm də heyvandarlıq sahəsində məhsuldarlığın yüksəldilməsi torpağın münbitliyindən bir-başa asılıdır. Bu sahədə təkrar istehsalın amilləri iqtisadi səmərəliliyə qiymət paritet münasibətlərinin formalasması ilə təsir göstərir. Kənd təsərrüfatı müəssisələrində torpaqların əkin dövriyyəsində saxlanılması və bu torpaqların münbitliyinin artırılması üçün investisiya qoyulmuşlarına ehtiyac yaranır. Kənd təsərrüfatına yararlı olan torpaqlardan səmərəli istifadə olunmalıdır.



Fermerlər əkin sahəsinin quruluşunu düzgün müəyyən etməlidirlər. Bitkiçilik sahəsinin inkişafının istiqamətlənməsində bazar qanunlarının tələbləri əsas götürülməlidir. Fermerlər əkinçiliyin inkişaf etdirilməsində təbii şəraiti nəzərə almılmalıdır. Onlar həm də regionda məhsuldar qüvvələrin yerləşdirilməsi və inkişaf səviyyəsini də təsərrüfatçılığın aparılmasında nəzərə almırlar.

Qeyd olunanlar kənd təsərrüfatında istehsalçı müəssisələrin ixtisaslaşma və təmərküzləşmə dərəcəsini artırır. Tələb edilən investisiyanın əksər hissəsi dövlət bütçəsinin vəsaiti ilə ödənilir. Kənd təsərrüfatının inkişafi ilə bağlı tədbirlərin reallaşdırılmasında istehsalçı ilə bərabər emaledici müəssisələrin də marağı vardır və investisiya layihələrinin həyata keçirilməsində onların birgə iştirakı olmaqla qarşılıqlı əlaqələndirilmə aparılmalıdır. Ümumiyyətlə, kənd təsərrüfatı sahəsində əlavə investisiya qoyuluşları edilmədən inkişafa nail olmaq, sahənin rəqabət qabililiyyətini yüksəltmək mümkün deyildir. Büttün bu məsələləri istehsalın obyektiv amilləri ilə bərabər qiymət amili ilə də hesablaşmaq vacidir. İnkişaf etmiş ölkələrin mütərəqqi kənd təsərrüfatı sisteminin təcrübəsi bu amillərin vacibliyini göstərir.

Kənd təsərrüfatı müəssisələrində çox texnikanın əldə edilməsi və ya mineral gübrələrin istifadəsinin çoxaldılması heç də iqtisadi səmərəliyi artıran amil deyildir. Mövcud əsas vəsaitlərdən nə qədər səmərəli istifadə olunarsa istehsalın iqtisadi faydalılılığı da bir o qədər çox yüksələr. Buna görə də kənd təsərrüfatı müəssisələri daha mütərəqqi texnologiya, texnika və mineral gübrələrin alınmasına üstünlük verir. İstehsalın bu kimi əsas və dövriyyə vəsaitləri ilə daha çox təmin olunması istehsalçı qarşısında duran əsas vəzifələrdən biridir. Bu da imkan verir ki, istehsalın intensiv inkişafı üzrə zəruri məqsədlərə nail olunsun. Belə intensiv inkişaf daima iqtisadi səmərə verir.

Kənd təsərrüfatı müəssisələri təkrar istehsalı həyata keçirmələri üçün daima torpaqların münbətiyini artırmalıdır. Aqrar sferada iqtisadi tərəqqinin əsası fermerlərin istifadəsində olan torpaqların münbətiyinin daima artırılmasına dair. Torpağın münbətiyinin artırılmasına yönəldilmiş tədbirlər bitkiçilikdə məhsuldarlığının çoxaldılması ilə müəyyənləşdirilir. Respublikanın ayrı-ayrı regionlarında kənd təsərrüfatında is-

tehsalin ixtisaslaşdırılması və təmərküzləşdirilməsi üzrə iqtisadi tədbirlər həyata keçirilir. Kənd təsərrüfatında istehsalın mexanikləşdirilməsi, torpağın gübrələnməsi və sair tədbirlərsiz istehsalın nəticəsi səmərəli olmaz. [4; s. 112]

Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal-satış fəaliyyətinin stimullaşdırıcı funksiyasının yerinə yetirilməsi üçün istehsal və emal qarşılıqlı əlaqələndirilməlidir. Bu mövcud imkanlardan tam və düzgün istifadə edilməsi istehsal fondlarından istifadəni yaxşılaşdırır.

Bazar şəraitində çoxlu istehsalçı və güclü rəqabət olduqda və ya istehlakçıların tələbatları ciddi surətdə dəyişildikdə hər bir istehsalçı öz istehsal - təsərrüfat fəaliyyətini davam etdirmək üçün gələcəkdə imkanlara malik olmayı özünün başlıca məqsədi kimi seçir. Öks halda istehsalçı bir sıra səbəblərin təsiri nəticəsində öz istehsal - təsərrüfat fəaliyyətini dayandırıa bilər. Hər bir məhsul istehsalçısı eyni zamanda istehsal etdiyi məhsula bazarda olan tələbatı müəyyən etməyi bacarmalıdır. Tələbat müəyyən edildikdən sonra məhsul istehsalçısı öz istehsal etdiyi məhsuluna dəqiq qiymət səviyyəsi müəyyən edə bilər. Şübhəsiz ki, bu zaman xərclərin səviyyəsinin də nəzərə alınması, qiymətləndirilməsi vacib məsələlərdən biridir. Əslində bu iki məsələ, yəni bazarda məhsula təklif və tələbin müəyyən edilməsi məhsula ilkin sərmayə qoyuluşunun demək olar ki, əsasını təşkil edir. Ona görə də bu məsələlərə xüsusilə də xərclərin qiymətləndirilməsinə əhəmiyyətli dərəcədə diqqət verilməlidir. Yalnız bundan sonra istehsalçı öz məhsulu üçün əlverişli satış qiyməti səviyyəsini müəyyən edə bilər.

Məlum oduğu kimi bazar iqtisadiyyatının ən mühüm atributlarından biri sərbəst qiymətəmələgəlməsidir. İstehsalçının, sahibkarın öz məhsullarına qiymətləri sərbəst surətdə müəyyənləşdirmək imkanı olmayan yerdə bazar münasibətlərdən, bazar iqtisadiyyatından danışmaq mümkün deyil.

Lakin qiymətlərin aqrar bölmədə tamamilə tələb-təklif mexanizminin təsiri altında sərbəst surətdə formalşması həyatı əhəmiyyətə malik bu sahənin inkişafına güclü təkan verməmiş, əksinə qiymət dispariteti şəklində neqativ meyllər doğurmuş və yaxud əvvəllər mövcud olan bu cür meylləri daha da gücləndirmişdir. Deyilənlər özünü aqrar kompleksində disparitetin daha da dərinləşməsi və bu səbəbdən kənd təsərrüfatı



məhsulları istehsalçılarının gəlirlilik səviyyəsinin azalması, kənd ilə şəhər arasında ekvivalent əmtəə mübadilələrinin pozulması, kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarının emal müəssisələrinin inhisarçı mövqeləri ilə qarşılılaşması və s. şəklində biruzə verdi. Hazırda istehsalın stimullaşdırılması prosesində tələb və təklifin tarazlığında yaranan çətinliklərin ölkəyə idxl olunan məhsulların qiymətlərinin səviyyəsinə təsiri nəticəsində bəzən ölkədaxili istehsalçılar əmtəələrinin qiymətlərini özlərinin iqtisadi maraqlarına uyğun gəlməyindən asılı olmayaraq bazarın tələbi səviyyəsində müəyyən etməyə məcbur olurlar. [4; s. 128]

Ümumiyyətlə kənd təsərrüfatı sferasında əsas istehsal vasitələrinə çəkilən xərclər investisiya formasında təzahür edir. Yəni kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçıları geniş təkrar istehsal fəaliyyətini həyata keçirmək, məhsul istehsalını artırmaq üçün öz vəsaitlərinin bir hissəsini yiğim formasına ayıır və əsas vəsaitlərin alınmasına yönəldir. Bunu həyata keçirmək üçün isə həmin təsərrüfat subyektlərinin xərclərini təmamilə ödədikdən sonra sərəncamlarında müəyyən vəsaitlər qalmalıdır. Daha doğrusu, aqrar sfera subyektləri elə fəaliyyət göstərməlidirlər ki, gəlirlərinin bir hissəsini yiğim şəklində ayıra bilsinlər. Məhz bu yiğimin səviyyəsi bilavasita qiymətlə tam maya dəyəri arasındaki fərqdən və yaxud kənd təsərrüfatı məhsullarının rentabelliyyindən asılıdır. Deməli kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətləri elə səviyyədə olmalıdır ki, müəyyən rentabellik səviyyəsini təmin etməklə bu sahənin dayanıqlı və dinamik inkişafına şərait yaratsın.

İstehsalın iqtisadi səmərəliliyyinin yüksəldilməsi üçün kənd təsərrüfatı təyinatlı texnikadan daha səmərəli istifadə olunmalıdır. Kənd təsərrüfatı təyinatlı texnikaları daima təmərküz-ləşdirmək zərurəti vardır. Bu texnikaların optimal quruluşu da respublikamızın təbii şəraitinə uyğun olaraq müəyyənləşdirilməlidir. Bütün bu kimi tədbirlər istehsalda iqtisadi səmərəliliyyin yüksəldilməsinə səbəb olacaqdır. İstehsal prosesinin tam mexanikləşdirilməsi məhsul vahidinə istehsal xərclərinin azalmasına səbəb olacaqdır. Maya dəyərinin aşağı düşməsi isə aqrar ərzaq məhsullarının satışından əldə olunan mənfəətin artırılmasına şərit yaradır. Bu da istehsal sahələri ilə emal sahələrinin üzvi əlaqələndirilməsinə əsaslı təsir göstərir. Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və emalının birgə fəaliyyətində bu

prosesi həyata keçirmək mümkündür. Kənd təsərrüfatı təyinatlı texnikalardan səmərəli istifadənin ən başlıca yollarından biri də boşdanma hallarına yol verilməməsidir. Kənd təsərrüfatı təyinatlı maşın və mexanizmlərin müxtəlif texnika növlərinin mövsümə texniki sazlığının təmin olunması birbaşa istehsalın iqtisadi səmərəliliyinə təsir göstərir. Kənd təsərrüfatında çalışan mexanizatorların peşəkarlıq səviyyəsinin yüksəldilməsi, onların yeni texnikaları idarəetmə bacarıqlarının təkmilləşdirilməsi tələb olunur. Belə ki, ölkədə mexanizatorların sayı azılır. Bunun səbəbi isə mexanizatorların əmək haqqındakı olan fərqlilikdir. Ölkədə mexanizatorların sayı kənd təsərrüfatı texnika növlərinin sayından azdır. Ölkədə kənd təsərrüfatının sənaye təməli əsasında mütərəqqi texnologiyalara istinadən inkişaf etdirilməsi ancaq maddi vəsaitdən asılı deyildir. Sahadə iqtisadi səmərəliliyin əldə olunması həm də mövcud əmək ehtiyatlarından tam və dolğun istifadə edilməsidir. Bu məsələ mexanizator kadrların əməyindən daha səmərəli və məqsədli istifadə edilməsinə aid edilə bilər. Kənddə sosial məsələlərin həlli daim dövlətin iqtisadi siyasetinin mərkəzində dayanır. Bazar iqtisadiyyati şəraitində istehsalla emalın sistəmləşdirilməsi qiymət paritet münasibətlərin formalaşması problemlərinin həll edilməsinə şərait yaradır.

Kənd təsərrüfatında heyvandarlığın sənaye təməli əsasında inkişafının ən əsas xüsusiyyətlərdən biri istehsal proseslərinin həm tam mexanikləşdirilməsi, həm də tamamilə elektrikləşdirilməsindən ibarətdir. Bu zaman istehsal prosesində optimallaşmanı tətbiq etmək olur. Məsələn mal - qaranın sayı və tələb olunan qidalı, qarışiq yemin miqdəri arasındaki nisbət gözlənilməlidir. Kənd təsərrüfatında istehsal olunan südün miqdarı ilə onun emal müəssisələrinin gücü arasında olan nisbət gözlənilməlidir. Hal-hazırda bu məsələlərdən ən aktualı olan mal - qaranın saxlanması üçün tələb olunan yem bazası və heyvanların baş sayı arasında olan nisbətdir. İstehsalçı heyvandarlıq məhsullarının istehsalını onun emal müəssisələrinin gücü ilə əlaqələndirməlidir. Bu istehsalçıya imkan verir ki, hazır məhsullar xarab olmadan istehlakçıya vaxtında çatdırılsın. Bununla da əmtəəlik məhsulun satışından daha çox pul gəlirlərinin formalaşma imkanları çıxalsın. Respublikamızın kənd təsərrüfatının geniş inkişaf imkanları vardır. Bu əlverişli təbii iqlim şəraitinin olması ilə də izah



edilə bilər. Heyvandarlığın sənaye təməli əsasında inkişafında geniş təkrar imkanları çox olur. Çünkü bu zaman istehsalın təbii iqlim şəraitindən asılılığı azalır. Bəzən də bu asılılıq tamamilə aradan qalxır. Kənd təsərrüfatında müəssisələrin maddi - texniki bazası daima möhkəmləndirilməlidir. İstehsalçının maddi-texniki bazası nə qədər tamamlanmış olarsa, o qədər bazara ucuz və çox məhsul çıxara bilər. Buna görə də kənd təsərrüfatı məhsulları istehsal edən müəssisələr daima maddi-texniki bazalarını möhkəmlətməyə çalışırlar və bu məqsədlə də investisiya qoyuluşları edirlər.

Aqrar təsərrüfat sisteminde istehsalın nəticəsi işçilərin əmək məhsuldarlığından asılıdır. Sahadə çalışanların əmək haqqları az olarsa təbii ki, məhsul istehsalına görə də maddi maraqları olmayıcaqdır. Bu baxımdan istehsalçının texnikanın və mal-qaranın əldə olunmasına investisiya qoyuluşları yüksək səmərə vermir.

Respublikanın kənd təsərrüfatı sahəsinin və aqrar emal müəssisələrinin həm maddi, həm də texniki bazasının təkmilləşməsində artım müşahidə olunur. Ölkənin kənd təsərrüfatına inkişaf etmiş ölkələrdən mütərəqqi texnologiyalar gətirilməkdədir. Yaponiyadan yeni kombaynlar, traktorlar və digər maşın və mexanizmlər gətirilmişdir. Amerika Birləşmiş Ştatlarından süni suvarma sistemləri, pambıq yiğan kombayn gətirilmişdir. Bunun nəticəsi olaraq, “Aqrolizing” ASC-nin maddi-texniki bazası möhkəmləndirilmişdir.

Aqrar sənaye sistemində istehsalçıların texnika ilə təchiz olunması demək olar ki, müasir texnika və avadanlıqların hesabına aparılır. Bunun üçün inkişaf etmiş ölkələrlə traktorların, avadanlıqların, kombaynların, süni suvarma sistemlərinin alınması ilə bağlı müqavilələr bağlanılır. Aqrar sektorda kənd təsərrüfatı təyinatlı maşınların, avadanlıqların yeniləşdirilməsi sahəsində məqsədyönlü iş aparılır. Mütərəqqi texnika və texnologiyaların kənd təsərrüfatına tətbiqi nəticəsində yanacaq və enerji xərclərinə və xammal materiallarına kifayət qədər qənaət olunacaqdır. Kənd təsərrüfatında istifadə edilən maşın və mexanizmlərin konstruksiya təkmilləşdirilməsi aparılır. Aqrar sektorda texnologiya cəhətdən birtipli aqreqat və traktorlardan istifadə edilir ki, bu da onların detallarının düzəldilməsi üçün ixtisaslaşdırılmış sexlərin formalasdırılmasını tələb edir. Kənd təsərrüfatı təyinatlı qov-

saqların və traktorların, kombaynların, aqreqatların istismar müddətini artırmaq, cari və əsaslı təmirini aparmadan işləməsini təmin etmək üçün səriştəli və bacarıqlı mexanizatorlar tələb olunur. Texniki peşə məktəblərində kadrları ehtiyaclarına əsasən belə mütəxəssislər hazırlanır.

Kənd təsərrüfatının heyvandarlıq sahəsində qaba və qarışq yem istehsalında istifadə olunan maşınlar da alınmalıdır. Belə maşınlar heyvandarlıq üzrə ixtisaslaşdırılmış fermerlərin istifadəsinə verilir. Kənd təsərrüfatında yeni sahə yaradılan zaman ilk əvvəl onun texniki cəhətdən silahlanması nəzərdə tutulmalıdır. Əməyin fondla silahlanması səviyyəsinin daima artırılması maya dəyərində canlı əmək məsrəflərinin azaldılmasına səbəb olar. İstehsalın texniki cəhətdən təchizat səviyyəsinin mütəmadi olaraq yüksəlməsi kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı texnologiyasının müddətini qısaltmağa imkan verir. Bunun nəticəsində isə maddi və maliyyə itkilərini minimumlaşdırmaq imkanı qazanılır. Məsələn, bitkiçilikdə tətbiq olunan yeni və mütərəqqi texnika və texnologiya torpağın hər hektarından əldə olunan məhsulların çıxımını çoxaltmaqla yanaşı sahədə qiyomat paritetliyinin gözlənilməsinə imkan verəcəkdir.

“Aqro-lizing” ASC-nin maşın-traktor parkının yeniləşdirilməsi, həmçinin fəaliyyət dairəsinin genişlənməsi əsas vəsaitlərin alınması xərclərinin ödənilməsi sürətini artırır. Respublikamızın kənd təsərrüfatında iri həcmli maşın və avadanlıqların istifadəsi və daha bahalı texnikanın alınması məqsədə uyğun deyildir. Belə texnikaların alınması onlardan fasiləsiz istifadə edilməsini tələb edir. Kənd təsərrüfatında istehsalın bütün mərhələlərində texnikalardan və texnologiyalardan məqsədyönlü şəkildə istifadə edilməlidir. Bunun nəticəsində istehsalın səmərəliliyini yüksəltmək imkanı çoxalır. İstifadədə olan texnikaların mühafizəsi tədbirlərinin aparmaq və texniki baxışlar üzrə tədbirlərin reallaşdırılması lazımdır. [2]

Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal-satış fəaliyyətinin genişləndirilməsi strategiyası

Aqrar müəssisələrin istehsal-satış fəaliyyətiinin marketinq yanaşma əsasında təkmilləşdirilməsi həmin müəssisələrin marketinq fəaliyyətlərində meydana çıxan problemlərin həll olunması üzrə zəruri tədqiqatların aparılmasını tələbedir. Bu müəssisələrin marketinq fəaliyy-



yətlərində meydana çıxan problemlərin əlamətləri isə satışın həcminin azalması, kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının istehlakçılarından daxil olan şikayət ərizələrinin sayının çoxalması, həmçinin bazar payının, mənfəətin və mənfəətlik səviyyəsinin azalması və s. şəkilində özünü göstərir. [1] Bu əlamətlərin əsasında dayanan və müəssisənin bazar mövqeyinin getdikcə zəifləməsinə gətirib çıxaran problemin səbəblərinin müəyyənləşdirilməsi marketinq tədqiqatları əsasında mümkündür. Yalnız bu tədqiqatların aparılmasından sonra aqrar müəssisələrinin istehsal-satış fəaliyyətlərinə dair əsaslandırılmış qərar qəbul etmək mümkündür. Bu baxımdan marketinq tədqiqatları, bizim fikrimizcə, aqrar müəssisələrinin istehsal-satış fəaliyyətlərinə dair qərar qəbul edilməsinin əsasıdır. Bununla yanaşı, aqrar müəssisələrinin menecerləri tərəfindən aparılan marketinq tədqiqatları həmin müəssisələrin marketinq strategiyalarının təkmilləşdirilməsi, bazar fəaliyyətinin proqnozlaşdırılması üçün də istifadə edilə bilər.

Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı ilə məşğul olan müəssisələr də bazarın “nəbzini” tutmaqla istehsal-satış prosesini həyata keçirməlidirlər. Deməli həmin müəssisələrdə bu və ya digər dərəcədə marketinq fəaliyyəti ilə məşğul olmalı və sözügedən fəaliyyətə dair zəruri informasiyaları əldə etməlidirlər. Bazarda gedən proseslər haqqında informasiyaları əldə etmədən fəaliyyət miqyasından asılı olmayaraq müəssisənin bazaryönümlülüyünü təmin etmək çox çətindir. Lakin ölkəmizin kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı ilə məşğul olan müəssisələrinin çoxu iqtisadi və fiziki parametrlər nöqtəyinə nəzərdən kiçik müəssisələrdir. Belə müəssisələr daxilində xüsusi olaraq marketinq xidmətinin formalasdırılması məqsədəməvafiq deyil. Həmin müəssisələr istehsal-satış proseslərinə dair əsaslandırılmış qərar qəbul etməkdən ötrü müvafiq qurumlardan zəruri informasiyalar əldə edə bilərlər. Belə qurumlar rolunda rayonlar və yaxud bölgələr, eyni zamanda ölkə səviyyəsində təşkil olunmuş marketinq xidməti çıxış edə bilər. Artıq sözügedən qurumun funksiyasını yerinə yetirəcək strukturlar formalasır və onların fəaliyyətləri təkmilləşməkdə davam edir. Bu işlər beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən kənd təsərrüfatının kreditləşdirilməsi layihəsi çərçivəsində icra olunur. [3]

Lakin sözügedən strukturların kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarına göstərdikləri

xidmətin spektri çox da geniş deyil. Deyilənləri nəzərə almaqla, biz, hesab edirik ki, rayonlar və yaxud bölgələr səviyyəsində təşkil olunmuş marketinq xidmətinin vəzifə funksiyaları genişləndirilməli və yaxud geniş spektrli olmalıdır. Rayon marketinq xidmətinin kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarına göstərəcəkləri əməli köməkliyin bütün tərəflərini nəzərə alaraq həmin xidmətin funksiyalarına aşağıdakıları aid etmək olar: ərzaq bazarlarının və istehlakçıların ayrı-ayrı məhsullara tələblərinin ödənilmə səviyyəsinin təhlili; kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının qiymətlərinin dəyişmə meylinin öyrənilməsi və ümumişdirilməsi; məhsul istehsalçıları üçün business-planların və marketinq planlarının işlənib hazırlanması; istehsal-satış prosesində meydana çıxa biləcək risklərin qiymətləndirilməsi; səmərəli marketinq qərarlarının qəbul edilməsi üzrə istehsalçılara məsləhətlərin verilməsi və yaxud məşğələlərin keçirilməsi; ölkə üzrə fəaliyyət göstərən marketinq xidməti ilə aqrar-sənaye kompleksinin müəssisələri arasında informasiya mübadiləsinin təmin olunması (bunun üçün rayon marketinq xidməti, ölkə üzrə marketinq xidməti və aqrar-sənaye kompleksi müəssisələri arasında informasiya mübadiləsinin aparılmasına imkan verə biləcək kommunikasiya sistemi təşkil olunmalıdır). [5]

Ölkə üzrə marketinq xidmətinin yerinə yetirəcəyi vəzifə və funksiyalara isə aşağıdakıları aid etmək olar: bazar infrastrukturunun inkişafı əsasında yüksək keyfiyyətli kənd təsərrüfatı xammallarına və ərzaq məhsullarına artan tələbatı ödəmək üçün təşkilati-iqtisadi şəraitin yaradılması; kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının marketinq üzrə tədbirlərin reallaşdırılmasına kömək edə biləcək təşkilati-iqtisadi proqramların və layihələrin işlənib hazırlanması və həyata keçirilməsi; kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının bölüdürləməsi və satış kanallarının çevikliyinin təmin olunması üzrə tədbirlərin işlənib hazırlanması və reallaşdırılması; marketinq informasiyalarının toplanması və təhlili əsasında kənd təsərrüfatı xammalı və ərzaq məhsulları bazarında gedən dəyişikliklərin fasilsiz olaraq izlənilməsi və zəruri təhlillər əsasında alınan informasiyaların rayon marketinq xidməti mərkəzinə və AK-nin həmin informasiyaları əldə etməkdə maraqlı olan müəssisələrə ötürülməsi; kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının keyfiyyətinə nəzarət sisteminin yaradılması və fasilsiz olaraq təkmilləşdirilməsi; kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının



yeni istehlak xassələrinin aşkarlanması və onun daha da inkişaf etdirilməsi məqsədilə bazarların diferensiallaşdırılması və seqmentləşdirilməsi; rayonlar və yaxud bölgələr səviyyəsində yaradılacaq marketinq xidmətləri, həmçinin ticarət və tədarük üzrə müəssisələrlə qarşılıqlı fəaliyyətin həyata keçirilməsi; bazarın seqmentləşdirilməsində, ayrı-ayrı məhsullar və məhsul çeşidləri üzrə marketinq planlarının işlənib hazırlanmasında, marketinq fəaliyyətində qarşıya qoyulan məqsədlərə çatmaqdan ötrü səmərəli strategiyaların formalasdırılmasında və əsaslandırılmasında müəssisələrə əməli köməkliliklərin göstərilməsi; aqrar müəssisələrin potensial imkanlarının bazara və istehlakçıların tələblərinə uyğunlaşdırılmasında həmin müəssisələrə tövsiyələrin verilməsi və s. [6]

NƏTİCƏ

Aparılan tədqiqatlar və marketinq fəaliyyəti üzrə araşdırımlar göstərir ki, aqrar-sənaye kompleksi sistemində fəaliyyət göstərən müəssisələrin istehsal-satış fəaliyyətlərinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi və həmin müəssisələrin bazarönümlülüyünün gücləndirilməsi istehsal-satış fəaliyyətinə təsir edən amillərin nəzərə alınması və informasiya sisteminin yaradılmasından

çox asılıdır. Bu informasiya sisteminin yaradılması və onun fəaliyyətinin təmin olunması isə rayon və ölkə səviyyəsində yaradılacaq marketinq strukturlarının və aqrar-sənaye kompleksi müəssisələrinin qarşılıqlı əlaqələndirilməsini və sözü gedən strukturlar arasında informasiya mübadiləsinin mövcudluğunu şərtləndirir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Bədəlov, E.Ş. Azərbaycanda kənd təsərrüfatı istehsalının iqtisadi vəsiti lərə tənzimlənməsi Bakı, 2005, 141 s
2. Cəfərov A.M. Aqrar sahədə sahibkarlığın inkişafı marketinqin səmərəli idarə olunmasından asılıdır // İqtisadiyat və həyat jurnalı, aylıq nəşr, 2016, № 1012.
3. İbrahimov E.R. “İlham Əliyev və müasir aqrar siyasət”. Bakı, 2015, 936 s.
4. Qarayev İ.Ş., Ağabəyov Ş.A., Əliyev Ə. R., Bayramov Q. S., Sadıqov B. C., Kərimova T. İ., Quliyev İ. Q., Qiymətin əmələgəlməsi. Bakı, 2015, 756 s.
5. Qasımov Ə. “Aqrar sənaye müəssisələrinin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi”. Bakı, 2015
6. Məmmədov H. Aqrar bölmədə aparılan islahatların nəticəsi, problemlər və perspektivlər. “Azərbaycan Respublikasında iqtisadi islahatlar: ilkin nəticələr, problemlər və perspektivlər” adlı beynəlxalq elmi-praktik konfransın materialları, Bakı, 2013, səh. 66-75; 29.

Халыгова Н.А.

Факторы, влияющие на производственно-сбытовую деятельность сельскохозяйственной продукции и стратегия расширения этой деятельности

Резюме

В статье рассматриваются факторы, влияющие на производственно-сбытовую деятельность сельскохозяйственной продукции с целью повышения эффективности производственно-сбытовой деятельности аграрных предприятий в условиях рыночных отношений и усиления рыночно-ориентированного характера этих предприятий, а также формулируется стратегия расширения производственно-сбытовой активности сельскохозяйственной продукции.

Ключевые слова: сельское хозяйство, производственно-сбытоваая деятельность, стратегия.

Khalilova N.A.

Factors affecting the production-sale activity of agricultural products and the strategy to expand this activity

Summary

The article examines the factors influencing the production-sales activity of agricultural products in order to increase the efficiency of production and sales activities of agrarian enterprises in the conditions of market relations and to enhance the market-oriented nature of these enterprises, as well as to formulate a strategy for expanding production and sales activity of agricultural products.

Key words: agriculture, production-sales activity, strategy.

Daxil olub: 11.10.2018

Rəy verib: AMEA İqtisadiyyat Institutunun “Aqrar islahatlar və ərzaq təhlükəsizliyi” şöbəsinin əməkdaşı Abdullayev R. E.